

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN MOBILE
BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM
BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH
(STUDI PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP KEDATON
BANDAR LAMPUNG)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

**DIANA SINTIYA
NPM. 1651020238**

Progam Studi: Perbankan Syariah



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1441 H / 2020 M

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN MOBILE
BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM
BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH
(STUDI PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP KEDATON
BANDAR LAMPUNG)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

**DIANA SINTIYA
NPM. 1651020238**

Progam Studi: Perbankan Syariah

Pembimbing I : Madnasir,S.E.,M.Si

Pembimbing II : M.Yusuf Bahtiar,M.E

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1441 H / 2020 M

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH (STUDI PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP KEDATON BANDAR LAMPUNG)

**OLEH
DIANA SINTIYA**

Seiring berkembang nya zaman, dengan perubahan teknologi yang semakin maju, tentu Bank Syariah Mandiri akan memiliki persaingan yang ketat dalam memberikan layanan jasa melalui teknologi *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan jasa yang disediakan oleh bank untuk memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui aplikasi *smartphone*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kepercayaan nasabah dan kualitas dari *mobile banking* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah dan kualitas dari layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi dibank syariah secara parsial maupun secara simultan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapat langsung dari jawaban 60 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri yang mengunduh dan menggunakan aplikasi *mobile banking* sebagai media transaksi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Metode ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Berdasarkan hasil penelitian melalui data statistic SPSS 16 for windows diketahui bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel 2,073. Untuk variabel kualitas layanan, t hitung yang di dapat sebesar 2,739. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada hasil uji simultan kedua variabel secara bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan F hitung sebesar 6,014. Pada uji koefisien determinasi. Variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 69,8%. variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci : *Mobile Banking*, Kepercayaan Nasabah, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah.



K E M E N T E R I A N A G A M A
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Telp. (0721) 780887 Kodepos: 35131

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diana Sintiya
NPM : 1651020238
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung)."** Adalah benar benar hasil karya penyusun skripsi, bukan duplikasi ataupun sandaran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti ada nya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Oktober 2020

Penulis

Diana Sintiya

NPM:1651020238





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung)

Nama : Diana Sintiya

NPM : 1651020238

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Madnasir, S.E., M.S.I

NIP. 197504242002121001

Pembimbing II

M. Yusuf Bahtiar, M.E

NIP. 198912082018011001

Mengetahui,

Ketua Prodi Perbankan Syariah

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy

NIP. 198208082011012009



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “ Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Di Bank Syariah” (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung), disusun oleh Nama : Diana Sintiya, NPM: 1651020238, Jurusan Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa, 01 Desember 2020.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Rubhan Masykur, M.Pd (.....)

Sekretaris : Vicky F. Sanjaya, M.Sc (.....)

Penguji I : Nurlaili, M.A (.....)

Penguji II : Madnasir, S.E., M.S.I (.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Ruslan Abdul Ghofur Noor, M.S.I

NIP.198008012002121001

MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

“Dia lah yang menjadikan bumi itu mudah bagimu, maka berjalan lah di segala penjuru nya dan makan lah disebagian dari rezeki – nya. Dan hanya kepada -nya- lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”¹

(Qs.Al-Mulk ayat: 15)

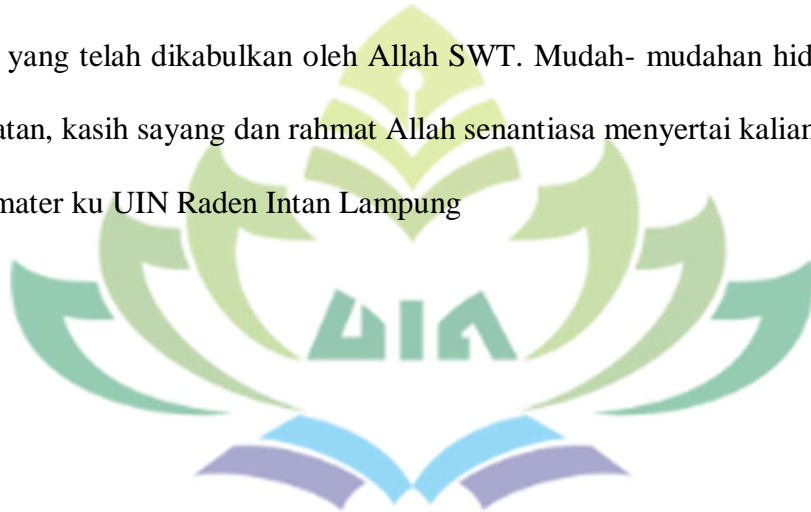


¹ Departement Agama, *Al Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung:Al Hikmah, 2010), h

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbill'alamin, dengan mengucap syukur kepada Allah SWT atas pertolongan-Nya, kasih sayang-Nya, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan ketulusan hati peneliti persembahkan karya ilmiah sederhana ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Muhsin dan Ibu Widiawati yang aku sayangi. Terimakasih yang tak terhingga atas do'a, dukungan, cinta, kasih sayang serta pengorbanan yang tidak bisa aku balas dengan apapun. Karena setiap keberuntungan dalam hidupku adalah hasil dari do'a- do'a kalian yang telah dikabulkan oleh Allah SWT. Mudah- mudahan hidayah, kesehatan, kasih sayang dan rahmat Allah senantiasa menyertai kalian.
2. Almamater ku UIN Raden Intan Lampung



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Diana Sintiya, Dilahirkan di Desa Pulau Panggung Kec Abung Tinggi Kab Lampung Utara Provinsi Lampung pada tanggal 09 April 1998, Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan suami istri Bapak Muhsin dan Ibu Widiawati. Yang bertempat tinggal di Desa Pulau Panggung Kec Abung Tinggi RT/RW 07 Kab Lampung Utara. Alamat Email dianasintiya98@gmail.com.

Penulis memulai pendidikan di Sekolah Dasar SDN 02 Pulau Panggung Pada tahun 2005-2011. Sekolah menengah pertama dilanjutkan di SMPN 01 Bukit Kemuning Pada Tahun 2011-2013. Lalu melanjutkan di SMAN 1 Bukit Kemuning 2013-2016.

Pada tahun 2016 penulis diterima sebagai Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Selama Menempuh pendidikan S1 penulis bertempat tinggal di Pondok Pesantren An Noor Sukarame Bandar Lampung.

Pada tahun 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Balekencono Kec Batanghari Kabupaten Lampung Timur dan melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL)/ Magang di Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung)”**. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW juga keluarga, sahabat, serta para umat yang senantiasa istiqomah berada di jalan-Nya.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi S.E. Atas terselesainya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut ikut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara khusus saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ruslan Abdul Ghofur Noor, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
2. Dr.Erike Anggraeni,M.E.Sy selaku ketua jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.

3. Madnasir,S.E.,M.Si pembimbing I dan M.Yusuf Bahtiar,M.E selaku pembimbing II. Terimakasih atas segala bimbingan dan pengorbanan serta kesabarannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
4. Bapak dan Ibu dosen Perbankan Syariah yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menuntut ilmu di Fakulta Ekonomi dan Bisnis Islam Raden Intan Lampung.
5. Pimpinan dan karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan perpustakaan umum UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan data referensi dan lain-lain.
6. Kepala Manager, karyawan dan seluruh staff di Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton, yang telah memberikan izin penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Kepada Responden Nasabah pengguna Mobile Banking BSM KCP Kedaton Bandar Lampung yang sudah membantu untuk mengisi kuisioner penelitian ini.
8. Kepada kedua orang tuaku tercinta, dan semua orang yang selalu memberikan support dan motivasi selama penulis menempuh studi di bangku kuliah.
9. Rekan rekan satu jurusan pendidikan perbankan syariah 2016 khusus nya kelas C, yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
10. Keluarga besar Pondok Pesantren An Noor yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan kepada saya serta ridho, khusus nya Ky. Dr

Ruslan Abdul Ghofur Noor M,S.I sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman teman seperjuangan ku Vera Febriani, Anggun Emilia Sari, Dewi Oktaviani, Dwi Agusriani, Suchi Fitri Yani, Lailah Fudholah, Lailatul Munawarah, Maratus Solikhah serta Santri Santri An Noor dan Kawan Kawan KKN Khusus nya kelompok 27 yang selalu memberikan semangat dan motivasi nya hingga terselesai nya skripsi ini.

12. Almamater ku tercinta UIN Raden Intan lampung, tempatku tercinta dalam menempuh studi dan menimba ilmu pengetahuan.

Demikian Pengantar dari saya, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti berikutnya untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, 19 Juli 2020

Penulis,



Diana Sintiya
1651020238

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
SURAT PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judu.....	3
C. Latar Belakang Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Bank.....	15

B. Pengertian Mobile Banking.....	20
C. Definisi Kepercayaan.....	26
D. Pengertian Kualitas Layanan.....	29
E. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	30
F. Strategi Kepuasan Nasabah.....	35
G. Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	36
H. Tinjauan Pustaka.....	38
I. Kerangka Pemikiran.....	44
J. Hipotesis Penelitian.....	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	46
B. Jenis dan Sifat Penelitian.....	46
C. Jenis dan Sumber Data.....	47
D. Populasi dan Sampel.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	52
F. Metode Analisis Data.....	53
G. Operasional Variabel Penelitian.....	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
C. Distribusi Jawaban Responden.....	73
D. Uji Instrumen Penelitian.....	77
E. Uji Asumsi Klasik.....	81

F. Uji Hipotesis.....	94
G. Hasil Dan Pembahasan.....	96

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	96
B. Implikasi.....	97
C. Saran.....	98

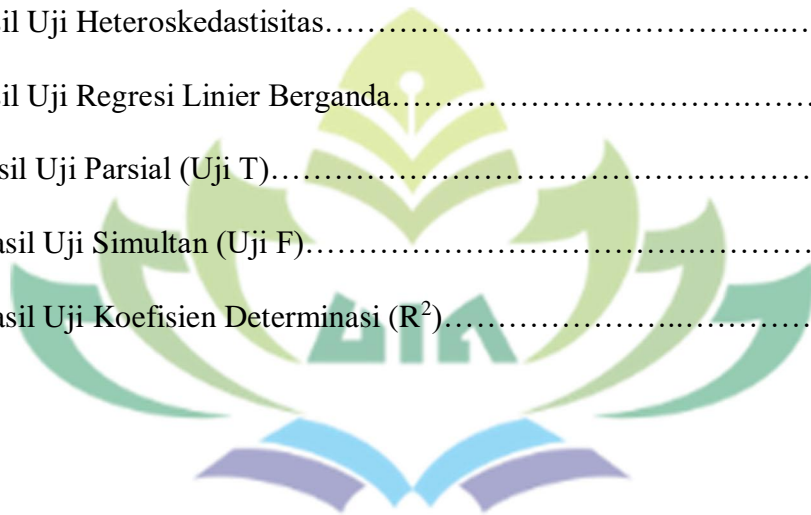
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Januari-Mei Tahun 2020....	12
Tabel 3.1 Penilaian Kualitas Variabel.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	74
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden.....	77
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	84
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	87
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	88
Tabel 4. 9 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	90
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	92
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna SMS/Mobile Banking Di Indonesia.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambr 4.1 Tampilan Fitur Mandiri Syariah Mobile	64
Gambar 4.2 Struktur Organisasi BSM KCP Kedaton.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Quisioner.....	107
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	110
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas	112
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	114
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan	116
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas	119
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan	121





BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami istilah yang ada dalam judul ini, maka secara singkat penulis terlebih dahulu akan menjelaskan atau menguraikan maksud dari judul ini, adapun judul yang akan dibahas adalah “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung)”. Adapun istilah-istilah tersebut sebagai berikut:

1. Pengaruh

Dalam istilah penelitian disebut dengan akibat asosiatif yaitu suatu mencari atau pertautan nilai antara satu variable dengan variable yang lain.²

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah mengakui atau yakin bahwa sesuatu yang dipercaya itu memang benar atau nyata.³ Kepercayaan merupakan semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat tentang objek dan manfaatnya yang bergantung pada mitra bisnis.⁴

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi keempat (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2011), h. 1045

³ Kbbi .web.id (On-line), tersedia di: <https://kbbi.web.id/percaya.html>

⁴ Winahyuningsih, Panca. (2010). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Griptha Kudus. *Jurnal Sosial dan Budaya Universitas Muria Kudus*, Volume 4 No.1

3. Kualitas

Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan.⁵

4. Layanan

Layanan adalah pemenuhan kebutuhan/jasa pada orang lain yang melibatkan interaksi dengan konsumen, baik itu secara elektronik (otomatis dilayani komputer) ataupun manual (interaksi langsung).⁶

5. Mobile Banking

Mobile Banking adalah salah satu sarana layanan yang dilakukan melalui via handphone (HP) berbasis GPRS, sarana layanan ini dapat diperasikan sendiri oleh nasabah.⁷

6. Kepuasan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "puas adalah merasa senang (lega, gembira, kenyang, karena sudah terpenuhi hasrat hatinya) dan lebih dari cukup. Kepuasan adalah kesenangan perihal yang bersifat puas."⁸

7. Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga

⁵ Kbbi.web.id (On-line),tersedia di <https://kbbi.web.id/kualitas.html>

⁶ Kbbi .web.id(On-line), tersedia di:<https://kbbi.web.id/layan.html>

⁷ Hikmatul Wasilah "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Cabang Mataram" Skripsi Progam Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Mataram,Mataram,2015) h 35

⁸ Departemen Pendidikan Nasional,*Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat* (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2011) h 1110.

nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.⁹

8. Bank Syariah

Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antar bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang di nyatakan sesuai dengan syariah (niai-nilai makro dan mikro). Berdasarkan UU No 7 Tahun 1992 Tentang perbankan, perbankan syariah dalam aktivitas nya tidak menarik bunga dari jasa usahanya, tetapi diperhitungkan mendapat bagian jasa berupa bagi hasil.¹⁰

B. Alasan Memilih Judul

1. Secara Objektif

Secara objektif, Salah satu strategi bank untuk bersaing dalam mempertahankan nasabah yaitu selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasa. Seiring dengan perkembangan teknologi, orang mulai beralih menggunakan *Mobile Banking* dan perlahan meninggalkan sistem pembayaran tunai. Hal ini karena semakin banyak orang yang memanfaatkan pembayaran digital untuk memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan dimanapun dan kapanpun. Dengan ada nya penelitian ini penulis ingin mengetahui

⁹ Kbbi .web.id(On-line), tersedia di:<https://kbbi.web.id/nasabah.html>

¹⁰ Darsono Et Al Perbankan Syariah di Indonesia(*Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Ke Depan*), (Jakarta:Rajawali Pers,2017) h.98.

Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas dari Layanan *Mobile Banking* pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung yang menggunakan Aplikasi Layanan *m-banking*.

2. Secara Subjektif

Judul tersebut sangat relevan dengan disiplin ilmu yang ditekuni penulis di fakultas ekonomi dan bisnis islam jurusan perbankan syariah dan tersedia nya literature yang menunjang seperti jurnal, artikel dan data yang diperlukan untuk penunjang referensi kajian dan data dalam usaha menyelesaikan skripsi ini maka sangat memungkinkan penulis untuk melakukan penelitian.

C. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan informasi dan komunikasi semakin tinggi. Kebutuhan tersebut tidak hanya dibutuhkan oleh kalangan menengah ke atas namun dibutuhkan oleh seluruh kalangan masyarakat. Khususnya kebutuhan akan informasi dan komunikasi terhadap dunia perbankan.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa banyak pengaruh terhadap perubahan perilaku dan kebiasaan masyarakat. Hal ini membuat masyarakat membutuhkan sesuatu yang cepat, mudah untuk setiap kegiatan mereka. Kebutuhan ini juga diharapkan masyarakat pada kegiatan ekonomi mereka, salah satu nya adalah sistem pembayaran. Sistem pembayaran berbasis teknologi tersebut diadopsi menjadi sistem pembayaran elektronik. Sistem pembayaran itu menawarkan berbagai

keuntungan yang saat ini sedang dibutuhkan oleh masyarakat di era globalisasi.

Dalam Undang Undang Nomor 23 tahun 1999 tentang sistem pembayaran mempunyai pengertian yaitu sebuah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipergunakan untuk dilakukannya pemindahan dana guna memenuhi kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Dalam UU No 21 tahun 2008, disebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹¹

Bank Umum merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau prinsip syariah yang kegiatan nya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.¹²

Sedangkan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹³ Dengan mayoritas masyarakat yang beragama islam, tentunya masyarakat Indonesia tidak lepas dari yang nama nya hukum hukum islam, disini lah peluang bagi perbankan syariah, karena bank konvensional

¹¹ UU No 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

¹² Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Profit Margin Pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004) hal 4

¹³ UU RI Bab 1 Pasal 1

menerapkan sistem bunga, dimana sistem tersebut mengandung riba yang di larang oleh Allah SWT seperti yang tertulis dalam firmanya:

وَأَخْذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ
بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ﴿١٦١﴾

Artinya: *“Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.”*(An Nisa ayat 161)¹⁴

Mengingat perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga perantara (intermediary) antara pihak yang berkelebihan dana (surplus) dan pihak yang kekurangan dana (defisit). Sehingga, perbankan merupakan salah satu lembaga yang memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat. Kegiatan lembaga ini yaitu sebagai penghimpun dana, penyalur dana, serta penyedia jasa. Dalam memaksimalkan kegiatannya, khususnya dalam penghimpunan dana perbankan harus dapat berinovasi untuk mempertahankan nasabah atau bahkan untuk menambah nasabah baru. Inovasi tersebut diharapkan agar nasabah tidak akan beralih terhadap lembaga keuangan lainnya. Oleh sebab itu, inovasi tersebut harus dapat mencapai tingkat kepuasan nasabah.

¹⁴ Al Quran dan terjemahannya (2010). Bandung: Al Hikmah.

Kepuasan merupakan faktor penting dalam keberlangsungan dari suatu lembaga. Dalam perbankan, nasabah dikatakan puas apabila mereka tidak meninggalkan perbankan tersebut dan akan terus menerus menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan secara berulang ulang. Banyak manfaat timbal balik yang dapat diperoleh dari perbankan apabila para anggotanya (nasabah) merasa puas dengan seluruh layanan yang diberikan oleh perbankan. Salah satu dari berbagai manfaat tersebut yaitu secara tidak langsung nasabah tersebut membantu lembaga dalam mempromosikan lembaga perbankan yang bersangkutan.

Berkembangnya suatu industry tidak luput dari perkembangan teknologi informasi yang telah mengubah strategi bisnis dunia termasuk perbankan dengan menempatkan teknologi informasi sebagai unsure utama dalam proses produksi atau pemberian jasa. Salah satu aktivitas perbankan yang memanfaatkan teknologi tersebut adalah layanan *e-banking* atau *elektronik banking* dimana layanan tersebut menawarkan kemudahan antara lain dari penawaran jasa perbankan pada situs situs atau aplikasi yang dibuat oleh bank yang bersangkutan sampai pada tawaran untuk bank. Baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau public. Lewat sarana ini, setiap orang dapat melakukan pengecekan rekening, transfer dana, pembelian voucher telepon seluler, hingga pembayaran tagihan rekening listrik, telepon dan air. *Elektronik banking* telah ada di dunia sejak tahun 1994. *Standford*

Federal Credit Union merupakan lembaga keuangan pertama di dunia yang menggunakan *internet banking* melalui situs nya yang di rilis pada Oktober 1994.

Di Indonesia praktek *elektronik banking* dipelopori oleh salah satu bank swasta nasional pada media 1999. *Elektronik banking* sudah pada tahapan transaksional, bukan hanya sekedar informasi (atau sekedar website) sebagaimana dimiliki oleh hampir seluruh bank. Beberapa layanan *e-banking* yang disediakan oleh kebanyakan bank antara lain ATM (*Automated Teller Machine*), *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking* dan *call banking*.

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna SMS/Mobile Banking di Indonesia



<https://sharingvision.com/pertumbuhan-smsmobile-banking-di-indonesia/>

Sumber: Sharing Vision

Jumlah Pengguna SMS/m-banking di Indonesia

Berdasarkan survei yang dilakukan *SharingVision*, pengguna *sms/mobile banking* mencapai kurang lebih 21,86 juta pengguna, maka tidak dapat terelakkan bahwa perilaku konsumen banyak berubah dalam

melakukan transaksi.¹⁵ Belum lagi dengan adanya keterbatasan pada sistem yang menyebabkan sistem eror sehingga sistem pelayanan menjadi *offline*, dengan adanya layanan *mobile banking* yang disediakan oleh sebuah bank, pelayanan akan menjadi cepat dan efektif serta dilakukan dimanapun dan kapanpun, sehingga nasabah tidak perlu lagi harus mengantri di depan teller apabila ingin melakukan pengiriman uang. *mobile banking* membuat nasabah merasa dapat dilayani di mana saja dan dapat bertransaksi di mana saja.¹⁶

Mobile banking merupakan layanan dari *electronic banking*. Dibandingkan layanan *e-banking* lainnya, perkembangan *mobile banking* (*mbanking*) terbilang paling cepat. Perkembangan ini dikarenakan kehadiran layanan *m-banking* mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan mobilitas. *Mobile banking* menciptakan kemudahan layanan perbankan dalam satu genggaman. Semakin populernya transaksi perbankan via ponsel (*m-banking*) maka harapan pemerintah untuk mengurangi penggunaan uang tunai (*less cash society*) tidak lama lagi akan dapat diwujudkan. Bukanlah suatu hal yang mengherankan jika perbankan berlomba-lomba untuk mengembangkan layanan ini. Bukan hanya sebagai bentuk layanan, bagi bank layanan ini dinilai mampu menekan *cost of fund* (biaya dana).

¹⁵ <https://sharingvision.com/pertumbuhan-smsmobile-banking-di-indonesia/>

¹⁶ Irfan Nurahmadi Harish “Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok) “. Skripsi Progam Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017) h 4

Mobile banking merupakan jasa layanan perbankan yang disediakan dalam bentuk aplikasi *smartphone* untuk memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan, seperti melakukan *transfer* antar bank, mengecek saldo rekening, melakukan segala macam pembayaran, mengetahui informasi bank dengan mudah dan cepat serta mengetahui kapan terjadinya transaksi melalui mutasi saldo tanpa harus ke bank, sehingga hal tersebut dapat menghemat waktu, tenaga, dan pikiran bagi nasabah yang memiliki mobilitas kesibukan yang cukup tinggi. Pada layanan *mobile banking* tentu hal tersebut menjadi faktor utama bagi industri perbankan dalam memberikan kualitas layanan yang lebih baik, seperti dengan memberikan berbagai macam fasilitas pada *mobile banking* yang dapat memudahkan para nasabah dalam melakukan aktifitas perbankan. Kualitas layanan yang baik tersebut dilakukan dengan tujuan agar semakin banyak konsumen (nasabah) yang tertarik untuk menggunakan jasa perbankan.

Kualitas layanan merupakan factor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing. Hal ini terjadi karena bank sebagai suatu perusahaan jasa, mempunyai ciri berupa mudah di tiru nya suatu produk yang telah di pasarkan. Oleh karena itu lembaga perbankan sudah sewajarnya dapat memberikan kualitas layanan yang prima sehingga mampu mendapatkan keunggulan kompetitif dari bank lain. Pendirian

bank bank yang telah semakin berkembang menyebabkan persaingan antar bank syariah menjadi sangat ketat.¹⁷

Kolaborasi antara dunia perbankan dan penyedia jasa telekomunikasi bergerak makin meningkatkan performa dua segmen industry tersebut. Jika sebelumnya sms digunakan untuk mengakses rekening, kemudian berkembang dengan penggunaan *browser* (penjelajah) pada ponsel, saat ini *mobile banking* lebih sering di asosiasikan dengan aplikasi khusus yang ditanamkan (*install*) pada *smartphone* itu sendiri dalam melakukan transaksi perbankan secara *mobile*.

Sebagai lembaga intemediasi, pihak perbankan memang sudah seharusnya memberikan kualitas layanan yang lebih baik kepada nasabahnya, seperti dalam jasa layanan *mobile banking*, sehingga perhatian bank tidak hanya terbatas dari pelayanan secara tatap muka pada nasabah, tetapi juga pada aspek pelayanan dari jarak jauh *mobile banking*. Dimana hal ini selain untuk memberikan kemudahan bagi nasabah, juga menghemat waktu bagi nasabah yang ingin melakukan pembayaran melalui *mobile banking*. Berdasarkan data nasabah pengguna. Layanan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton semakin meningkat setiap bulan nya, dapat dijelaskan bahwa layanan teknologi semakin berkembang dan trend dikalangan masyarakat terutama didunia perbankan. Berdasarkan observasi data yang diperoleh untuk pengguna layanan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton yang

¹⁷ Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta" *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 6 No 2 (Oktober 2016) .h.152-153.

meningkat terus setiap bulan nya menanda kan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan serta kualitas dari *mobile banking* itu sendiri.¹⁸

Tabel 1.1

**Data Jumlah Pengguna *Mobile Banking* Nasabah BSM KCP Kedaton
Bandarlampung Bulan Januari-Mei Tahun 2020**

Bulan (2020)	Jumlah Nasabah	Ket
Januari	30	Aktif <i>Mbanking</i>
Februari	40	Aktif <i>Mbanking</i>
Maret	45	Aktif <i>Mbanking</i>
April	55	Aktif <i>Mbanking</i>
Mei	80	Aktif <i>Mbanking</i>

Sumber: Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung

Berdasarkan data dokumetasi pengguna layanan *mobile banking* pada 5bulan terakhir ditahun 2020 di Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton dari bulan ke bulan mengalami kenaikan yang signifikan.

Berdasarkan uraian diatas bagaimana layanan teknologi internet yang diberikan oleh bank kepada nasabah dapat meningkatkan kepuasan nasabah di bank tersebut. Seberapa besar kepuasan nasabah terhadap layanan yang telah diberikan yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi nasabah. Hal tersebut menarik perhatian dan rasa ingin tau, sehingga akan dilakukan analisis yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan

¹⁸ *Observasi*, tanggal 20 April 2020

Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung).”

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah Kepercayaan nasabah atas Layanan *mobile banking* memiliki pengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah BSM KCP Kedaton Bandar Lampung?
- b. Apakah Kualitas dari Layanan *mobile banking* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSM KCP Kedaton Bandar Lampung?
- c. Apakah Kepercayaan nasabah dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM KCP Kedaton Bandar Lampung?

E. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Menganalisis Pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BSM KCP Kedaton Bandar Lampung.
- b. Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah BSM KCP Kedaton Bandar Lampung.
- c. Untuk Menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah BSM KCP Kedaton Bandar Lampung.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Di harapkan penelitian ini dapat menjadi sarana untuk melatih dan mengembangkan kemampuan dalam penelitian, serta menambah wawasan dan pengetahuan tentang Kualitas layanan *Mobile Banking* Serta Pengaruh Kepercayaan nasabah penggunaan *mobile banking* untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*.

2. Bagi Akademisi

Memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca, sebagai salah satu refrensi bagi kepentingan keilmuan dalam hal layanan teknologi internet khusus nya dalam penggunaan Layanan *Mobile Banking* dalam dunia perbankan dalam bertransaksi di bank.

3. Bagi Nasabah

Di harapkan hasil peneitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan tentang fasilitas jasa layanan *Mobile Banking* yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Bank

Undang undang No.07 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah di ubah dengan Undang Undang No 10 Tahun 1998 Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kembali ke masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹⁹

Berbeda dengan jenis usaha lain, kegiatan bank senantiasa berkaitan dengan jenis usaha lain, kegiatan bank senantiasa berkaitan dengan uang karena komoditas usaha bank adalah uang. Sejalan dengan karakteristik usaha tersebut, bank banyak di atur oleh pemerintah dikarenakan kegiatan perbankan tidak terlepas dari perannya dalam pelaksanaan kebijakan moneter, bank yang memengaruhi jumlah uang beredar.²⁰ Berdasarkan prinsip operasional nya bank dapat dibedakan menjadi 2 yaitu bank konvensional dan bank syariah.

1. Pengertian Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha nya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri dari bank umum konvensional dan bank perkreditan rakyat.

a. Kegiatan usaha bank umum konvensional

- 1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang di persamakan dengan itu
- 2) Memberikan kredit
- 3) Penerbitan surat pengakuan hutang

¹⁹ Undang Undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Pasal 1 ayat(2)

²⁰ Rusdari Kusmuriyanto, *Ekonomi Fenomena Sekitar Kita* (Solo:Platinum,2008),h.193

- 4) Membeli, menjual atau menjamin atas resiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya.
- 5) Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah
- 6) Menempatkan dana, meminjam dana, atau meminjamkan dana dari bank lain, baik dengan menggunakan surat, sarana telekomunikasi maupun dengan wesel unjuk, cek atau sarana lainnya.
- 7) Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga
- 8) Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga
- 9) Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak.
- 10) Melakukan penempatan dana dari nasabah kepada nasabah lainnya dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat di bursa efek.
- 11) Melakukan kegiatan anjak piutang, usaha kartu kredit dan kegiatan wali amanat
- 12) Menyediakan pembiayaan dan atau melakukan kegiatan lain berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh BI
- 13) Melakukan kegiatan dalam valuta asing dengan memenuhi kebutuhan yang ditetapkan BI.²¹

b. Jenis Bank Umum Konvensional

Menurut UU RI No 21 tahun 2008 jenis bank umum konvensional terdiri dari:

a) Bank Umum

²¹ Widya Wahyu ningsih, "Analisis Perbandingan Kinerja keuangan Bank Umum Syariah Dan Bank Umum Konvensional Di Indonesia". (Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Hasanudin, Makasar, 2012, H.12)

Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.²² Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada.

b) Bank Perkreditan Rakyat

Bank Perkreditan rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.²³ Artinya disini kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum.²⁴

2. Pengertian Bank Syariah

Di Indonesia, regulasi mengenai bank tertuang dalam UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah.²⁵

- a. Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
- b. Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
- c. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran²⁶

Dalam beberapa literature bank syariah, bank syariah dengan skema transaksi yang dimiliki dalam skema non riba memiliki setidaknya empat fungsi yaitu:

²² Undang Undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan pasal 1 ayat (3)

²³ Undang undang No 10 tahun 1998 Tentang Perbankan pasal 1 ayat(4)

²⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta :Raja Grafindo,2012), h 37

²⁵ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada,2015), h 5

²⁶ Andri Soemitra ,*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta:Balebat Dedikasi Prima 2009), h 58

a) Fungsi manajer investasi

Fungsi ini dapat dilihat pada segi penghimpunan dana oleh bank syariah khususnya dana *mudharabah*. Dengan fungsi ini, bank syariah bertindak sebagai manajer investasi dari pemilik dana, dalam hal ini dana tersebut harus dapat disalurkan pada penyaluran yang produktif, sehingga dana yang dihimpun dapat menghasilkan keuntungan yang dibagihasilkan antara bank syariah dengan pemilik dana.

b) Fungsi Investor

Dalam penyaluran dana bank syariah berfungsi sebagai investor. Sebagai investor, penanaman dana yang dilakukan oleh bank syariah harus dilakukan pada sektor yang produktif dengan risiko yang minim dan tidak melanggar ketentuan syariah. Selain itu, dalam penginvestasian dana bank syariah harus menggunakan alat investasi yang sesuai dengan syariah yang meliputi akad jual beli, akad investasi, akad lainnya yang dibolehkan oleh syariah.

c) Fungsi Sosial

Merupakan sesuatu yang melekat pada bank syariah setidaknya ada dua instrumen yang digunakan oleh bank syariah setidaknya ada fungsi sosialnya yaitu instrumen zakat, shadaqah dan wakaf dan instrument *qardhul hasan*.

d) Fungsi Jasa Keuangan

Fungsi ini tidaklah berbeda dengan bank konvensional, seperti memberikan layanan *kliring*, transfer, *inkaso*, pembayaran gaji, *letter of credit*, *letter of guarante*, dan lain sebagainya. Akan tetapi, dalam hal mekanisme mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut bank syariah tetap harus menggunakan skema yang sesuai dengan prinsip syariah.²⁷

3. Landasan Hukum Bank Syariah

Dalam menjalankan operasional nya, bank syariah memiliki landasan hukum yang mengatur kegiatan nya yaitu:

²⁷Rizal Yahya dll, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*(Jakarta:Salemba Empat,2009),h

a. Landasan Hukum Al Qur'an

Berbeda dengan bank konvensional yang setiap sistem transaksi tidak ada landasan hukum selain oleh hukum positif. Salah satu landasan hukum tentang bank syariah dalam Al-Qur'an adalah Qur'an Surat An Nissa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesama mu di jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepada mu.

Berdasarkan ayat di atas bank syariah dalam melaksanakan tugasnya tidak boleh menyelewang dari ajaran Islam atau batil namun harus saling tolong menolong demi menciptakan suatu kesejahteraan. Karena kita tahu banyak sekali tindakan-tindakan ekonomi yang tidak sesuai dengan ajaran Islam hal ini terjadi karena beberapa pihak tidak tahan dengan godaan uang serta mungkin mereka memiliki tekanan baik kekurangan dalam hal ekonomi atau yang lain, maka bank syariah harus membentengi mereka untuk tidak berbuat sesuatu yang menyelewang dari Islam.

b. Landasan Hukum Undang-Undang

Pada awalnya landasan hukum operasional bank dengan sistem bagi hasil hanya dikategorikan sebagai "bank dengan sistem bagi hasil" tidak terdapat rincian landasan hukum bank syariah serta jenis yang diperbolehkan. Hal ini jelas tercermin dari Undang-Undang No 7 tahun 1992, dalam undang-undang tersebut pembahasan perbankan dengan sistem bagi hasil diuraikan hanya sepintas dan merupakan sisipan belaka. Namun

dengan dikeluarkannya Undang-Undang No.10 tahun 1998, secara jelas disebut tentang operasional bank syariah. Di mana prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah*).²⁸

Terdapat juga di Undang undang no 23 Tahun 2003 dalam undang undang ini berisi tentang perlindungan dari keberadaan Bank berbasis syariah, dimana perlindungan tersebut berbentuk penugasan kepada Bank Indonesia untuk mempersiapkan segala bentuk perangkat aturan serta fasilitas fasilitas yang mampu menunjang segala bentuk kegiatan yang imbasnya akan mendukung kelancaran dan keefektifan jalan nya operasional bank syariah.²⁹

B. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking merupakan suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan – kegiatan seperti kegiatan yang dapat dilakukan melalui ATM (*Automated Teller Machine*) dengan memanfaatkan perangkat *mobile*. *E-commerce* atau sering disebut elektronik commerce (perdagangan secara elektronik) adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer atau laptop dan juga smartphone yang memiliki sambungan ke

²⁸ Undang Undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat (13)

²⁹ Undang Undang No 23 Tahun 2003 Tentang Perbankan Sayriah

internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dan dapat berpartisipasi dalam *e-commerce* tersebut.³⁰

Mobile banking adalah “sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash”.³¹

Mobile Banking memberi kemudahan bagi nasabah untuk melakukan pengecekan saldo tabungan, membayar tagihan maupun melakukan transfer dana ke rekening yang lain. Nasabah tidak perlu lagi datang dan antre ke kantor cabang perbankan atau mesin ATM, untuk melakukan berbagai transaksi itu. Dengan *mobile banking* 'segalanya' bisa dilakukan dan dengan sangat mudah.³²

Mobile banking diartikan sebagai fasilitas bagi nasabah bank untuk dapat melakukan aktifitas perbankan mereka secara lebih leluasa, di mana saja, kapan saja, tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut.

1. Manfaat Penerapan *Mobile Banking*

Mobile banking (m-Banking) merupakan suatu layanan perbankan berbasis *mobile phone* atau *handphone* (HP). *M-banking* kini telah tersebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui *m-banking* dimana saja melalui perangkat *mobile* seperti *handphone* dan PDA.

Dengan adanya *m-banking*, bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *m-banking*, baik berupa *SIM toolkit* (Menu Layanan Data) maupun *SMS plain* (SMS Manual) yang biasa dikenal dengan *SMS banking*. *SMS banking* merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh

³⁰Bayu Dwi Juniansyah, "Pembuatan E Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment" *Jurnal Tekno Kompak*. Vol 14 No 1 (2020).

³¹ Rian Maulana, "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model", *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* Vol 02 No 02 (2018) h147

³² *Ibid*, 150

bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening, dan sebagainya.

Kegunaan, keuntungan dan kenyamanan yang dapat diperoleh dari penggunaan *mobile banking*, adalah:

1) Mudah

Untuk melakukan transaksi perbankan kita tidak perlu datang langsung ke bank, kecuali pada saat mendaftarkan nomor ponsel.

2) Praktis

Setiap nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.

3) Aman

M-banking dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal yang secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran. Selain menggunakan pin yang dapat dipilih sendiri dan nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan para nasabah.

4) Penggunaan yang bersahabat

M-banking dirancang sedemikian rupa sehingga mudah digunakan oleh siapa saja, nasabah bisa memilih jenis transaksi dari menu yang telah tersedia tanpa harus menghafal kode transaksi yang ingin dilakukan.

5) Nyaman

Nasabah seperti mempunyai ATM dalam genggam tangan, karena berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM, kini dapat dilakukan melalui *m-banking* kecuali penarikan tunai.

2. Faktor yang Mempengaruhi Sikap terhadap *m-Banking*

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan *m-Banking*. Wawancara bagian Customer Service Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton menurut nya ada enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada mobile banking yaitu:

a) Keamanan sistem *m-Banking*

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-Banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *m-Banking*.

b) Kemudahan penggunaan layanan

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media *m-Banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-Banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses layanan perusahaan jasa perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

c) Privasi Pengguna

Dalam sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarakan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-Banking*.

d) Keandalan Layanan

Transaksi keuangan secara *mobile* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

e) Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan *m-Banking* adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *m-Banking* nya.

f) Kecepatan koneksi jaringan

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada *provider* yang dipakai oleh nasabah tersebut. *Provider* jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan signal.³³

3. Dampak Penggunaan *m-Banking*

Penggunaan *m-Banking* menimbulkan dampak yang positif secara khusus terhadap bank tu sendiri, nasabah dan operator telepon selular.

a) Bank

Mendapatkan keuntungan, karena nasabah akan semakin bertambah banyak dan bank mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

b) Nasabah

Mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank, karena dengan adanya *m-Banking* akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan atau hanya sekedar melakukan pengecekan saldo dimanapun, kapanpun dengan dimensi ruang dan waktu yang tidak terbatas.

c) Operator Seluler

³³ Lena Andri S, Customer Service, wawancara, Bandar Lampung, 15 April 2020

Mendapatkan konsumen yang aktif dalam penggunaan ponselnya. Konsumen yang menggunakan fasilitas *m-banking*, pulsa akan terpotong dan konsumen akan melakukan pengisian ulang pulsa kembali untuk melakukan transaksi *m-banking*.

4. Kekurangan Layanan *m-Banking*

Namun demikian berkembangnya internet sebagai basis dalam pelayanan jasa keuangan menyimpan berbagai risiko yang dapat muncul dikemudian hari. Bagi bank penyelenggara secara umum terdapat empat resiko manajemen yang terkait dengan penggunaan *m-banking*, yaitu:

- 1) *Technology Risk*, yang berhubungan dengan kehandalan dan keamanan sistem dari berbagai bentuk manipulasi ataupun pembobolan.
- 2) *Reputation Risk*, yang berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri apabila layanan *mobile banking*-nya tidak berjalan dengan baik.
- 3) *Outsourcing Risk*, dimana bank kerap menggunakan jasa pihak ketiga sebagai *provider* sehingga terdapat kemungkinan layanan pada suatu waktu dapat mengalami gangguan.
- 4) *Legal Risk*, dimana aspek hukum internet banking saat ini masih belum diatur secara jelas dan lengkap.

5. Landasan Hukum Mobile Banking

Seseorang meyakini bahwa suatu teknologi penggunaannya mudah dan tidak memerlukan usaha keras sehingga teknologi tersebut menjadi sering digunakan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al Qur'an (QS. Al- Insyirah ayat 5-6) yaitu:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (QS. Al-Insyirah 5-6)³⁴

Dari penjelasan ayat tersebut Allah selalu memberikan jalan kemudahan dalam langkah kehidupan agar kita tidak dipersulit diri sendiri. Jika dikaitkan dengan penggunaan *mobile banking* maka agar kita dalam melakukan transaksi ataupun kegiatan yang berkaitan dengan pembayaran bisa menjadi lebih mudah dan hemat waktu.

Berkaitan dengan manfaat penggunaan teknologi bagi pemakainya. Jika seseorang percaya bahwa teknologi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang percaya bahwa teknologi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al A'raf ayat 31:

يٰۤاٰدَمُ جُدْ وَ اٰزِ يَنْتَكُمۡ عِنۡدَ كُلِّ مَسۡجِدٍ وَ كُلُوْا وَ اَشْرَبُوْا وَ لَا

Artinya: Hai anak

adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih lebihan (QS. Al-A'raf ayat 7)

Dari penjelasan ayat tersebut Allah tidak menganjurkan kita untuk berlebih lebihan. Jika dikaitkan dengan kemanfaatan *mobile banking* maka kita tidak boleh menggunakannya atau melakukan transaksi yang berlebih. Jadi penggunaan *mobile banking* haruslah disesuaikan dengan kebutuhan kita bukan keinginan kita.

³⁴ TafsirQ, "Surat Al -Insyirah " , <https://tafsirq.com/94-al-insyirah>, Diakses tanggal 19 Januari 2018

6. Akad Layanan *Mobile Banking* Dalam Perbankan Syariah

Akad yang terdapat dalam aplikasi *mobile banking* yaitu akad Wakalah. Praktik akad wakalah pada layanan jasa BSM *mobile banking* dengan cara tidak diikrarkan dan biaya tambahan nya pun tidak dilakukan diawal saat proses pendaftaran BSM Mobile banking. Selain itu ketentuan yang berlaku hanya tertulis dalam klausul ini mengakibatkan nasabah tidak membaca ketentuan tersebut. Bahkan sebagian lainnya tidak melihat ada nya ketentuan tertulis. Berdasarkan praktik tersebut layanan akad wakalah pada BSM Mobile banking adalah boleh. Hal ini dikarenakan syarat dan rukun yang termuat pada fatwa DSN MUI No 10/DSN-MUI/IV/2000 telah terpenuhi. Akan tetapi mengenai pelaksanaan SOP oleh pihak bank harus dilakukan perbaikan sehingga akad dapat tersampaikan dengan jelas dan segala ketentuan yang terdapat layanan dapat tersampaikan kepada nasabah sesuai dengan standar SOP yang tertulis.

C. Definisi Kepercayaan (*e-trust*)

Kepercayaan adalah suatu persepsi dalam memepertahankan hubungan dalam jangka waktu panjang dengan para nasabah, pihak bank memerlukan suatu konsep kepuasan pelanggan.

Dalam persepsi kepercayaan pada suatu layanan perbankan Pihak bank memerlukan nasabah atau pelanggan yang loyal yang percaya terhadap ekselensi jasa elektronik agar bank dapat mempertahankan eksetensi nya dalam era *online banking*. Seiring dengan marak nya kejahatan elektronik seperti pembobolan akun, factor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *internet banking* dalam transksi perbankan. Oleh karna itu, tingkat pengaruh kepercayaan nasabah terhadap teknologi *internet banking* suatu perbankan sangat menentukan keputusan nasabah tersebut dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Konsep kepercayaan yang dimaksud yaitu nasabah percaya terhadap kemampuan pihak bank dalam

menjamin nasabah merasa menguntungkan serta tidak merasa dirugikan, salah satu caranya yaitu dengan cara menjaga nama baik perbankan tersebut.³⁵

Perdagangan dan komunikasi di dunia maya sangat mengandalkan aspek kepercayaan. Ketidakpercayaan pada penjual produk di dunia internet, jelas akan berakibat tidak lakunya produk tersebut. Tidak bisa dipungkiri, komunitas dalam dunia maya perlu dibangun atas dasar kepercayaan.³⁶

Faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain adalah kemampuan (*ability*), kebajikan (*benevolence*) dan integritas (*integrity*). Penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah kapasitas individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan. Kemampuan adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi online. Kemampuan dipengaruhi oleh pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan sikap (*attitude*). Kemampuan juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan pengesahan kelembagaan oleh pihak ke-3.

2. Kebaikan Hati (*benevolence*).

Didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan, yang memiliki tujuan dua motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak dibentuk. Dalam sistem *e-commerce*, kepercayaan pengguna tentang suatu toko online mungkin ditangkap oleh kepercayaan dan persepsi resiko. Sikap salah satu yang baik atau kurang baik. Sesuatu yang memiliki sikap baik akan membentuk niat untuk

³⁵ Muhamad Fadhli, "Pengaruh Persepsi Nasabah atas Resiko, Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* Vol 1 No 2 (2016) h 265

³⁶ *Ibid*, 266

bertransaksi secara *online*, kemudian diikuti oleh niat perilaku nyata dalam melakukan transaksi *online*.

3. Integritas (*Integrity*)

Integritas merujuk kepada kejujuran dan kebenaran. Dimensi ini adalah yang paling penting saat seseorang menilai apakah orang lain bisa dipercaya atau tidak. Integritas merupakan fondasi utama dalam membangun komunikasi yang efektif. Karena tidak ada persahabatan atau teamwork tanpa ada kepercayaan (*trust*) dan tidak akan ada kepercayaan tanpa ada saling menghargai yang merupakan hukum yang pertama dalam berkomunikasi dengan orang lain. Jika kita membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerja sama yang menghasilkan sinergi yang akan meningkatkan efektifitas kinerja kita baik sebagai individu maupun secara keseluruhan sebagai sebuah tim.

D. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas Layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas Pelayanan.

Untuk memproduksi sebuah produk berkualitas tinggi kita harus terlebih dahulu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Sifat-sifat apakah yang dicari oleh konsumen di dalam sebuah produk? pengetahuan semacam inilah yang diperlukan oleh perusahaan untuk

mengembangkan dan menyediakan barang dan jasa pelayanan berkualitas tinggi.³⁷ Bahwa dimensi kualitas layanan *mobile banking* menjadi 4 bagian yaitu:

1. *Speed*, yaitu kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan *m-banking*.
2. *Security*, yaitu jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan *m-banking*.
3. *Accuracy*, yaitu kecepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *m-banking*.
4. *Trust*, yaitu kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *m-banking*³⁸

E. Pengertian Kepuasan Nasabah

1. Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya. Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya. Menurut Teori dalam Stinnet, Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu:

- a. Memahami tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran yang ingin dicapai atau didapatkan oleh nasabah.
- b. Memahami cara mereka membuat peringkat dan memprioritaskan tujuan dan sasaran tersebut.
- c. Mengetahui apa yang bisa kita lakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membantu merealisasikan tujuan dan sasaran tersebut.

³⁷ Aditya Wardhana, "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking (M-Banking)* Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia". *DeReMa Jurnal Manajemen* Vol. 10 No. 2 (September 2015), h. 276.

³⁸ Aditya Wardhana, "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking (M-Banking)* Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia". *DeReMa Jurnal Manajemen* Vol. 10 No. 2 (September 2015), h. 276.

- d. Mengusulkan rencana bagaimana atau caranya kita dapat membantu mereka untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuan-tujuan tersebut.

2. Kepuasan

Berdasarkan Irawan dalam Hansel Jonathan, Kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu satis yang berarti enough atau cukup, dan facere yang berarti to do atau melakukan. Jadi produk dan jasa yang bisa memuaskan adalah yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari konsumen sampai pada tingkat cukup.³⁹

Kepuasan Menurut Kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil akan suatu barang dan harapan – harapannya.⁴⁰

3. Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Kepuasan pelanggan adalah *“The level of person’s felt state from comparing a product’s perceived performance in relation to the person’s expectation”*. Dengan kata lain kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.⁴¹

Pelayanan yang diberikan harus seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batasan-batasan etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank itu sendiri. Sehingga

³⁹ Kotler, “Pengertian Kepuasan” <https://cocilku.wordpress.com/> 2013/07/10/pengertian-kepuasan/ (Senin, 11 Mei 2020, 12.42)

⁴⁰ *Ibid*

⁴¹ Kotler, “Kepuasan Nasabah” <https://cocilku.wordpress.com/> 2013/07/10/kepuasan nasabah / (Senin, 11 Mei 2020, 13.00)

konsumen dengan nasabah memiliki kesamaan bahwa mereka merupakan suatu bagian yang tidak luput akan keberhasilan suatu perusahaan atau bank itu sendiri, ketika nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan maka bank telah berhasil melayani nasabah dengan cara yang baik begitu pula dengan perusahaan yang dapat melayani kemauan konsumennya dengan baik. Menurut Kotler Kepuasan konsumen diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Berikut akan diuraikan satu persatu.

a) Kualitas

Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang. Ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan pelanggan akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan pada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka.

b) Pelayanan konsumen

Pelayanan konsumen tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang tidak memuaskan mereka, namun lebih dari pemecahan yang timbul setelah pembelian.

c) Nilai

Nilai yang dirasakan pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai pelanggan dengan jumlah biaya pelanggan. Jumlah nilai pelanggan adalah sekelompok manfaat yang diharapkan dari produk dan jasa. Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk atau jasa.

Menurut Kotler and Keller, Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa, atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi,kepuasan konsumen maupun nasabah akan tercapai jika persepsi fundamental konsumen atau nasabah terhadap kinerja produk maupun jasa sama dengan kinerja produk yang di harapkan.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kinerja produk atau jasa dengan harapannya. Jika kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan, pelanggan tentu akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja produk atau jasa tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa kecewa⁴²

Namun menurut Rivai, kepuasan pelanggan dalam konsep pemasaran Islam tidak akan muncul jika kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan secara material, tapi juga jika kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan secara spiritual. Artinya, produk atau jasa yang memperhatikan ketentuan syariat Islam akan memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan, khususnya yang beragama Islam.⁴³

Salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia dalam jangka waktu yang lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan biaya pelanggan lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin. Artinya, kepuasan atau senangnya pelanggan atau nasabah pada suatu perusahaan menciptakan suatu ikatan emosional yang kuat diantaranya.

Berdasarkan Schiffman and Kanuk, Beberapa studi menghubungkan tingkat kepuasan nasabah dengan perilaku nasabah, di mana akan terdapat beberapa tipe dari nasabah sebagai berikut:⁴⁴

- 1) Nasabah yang puas atau apa yang didapatkan oleh nasabah tersebut melebihi apa yang diharapkannya, sehingga ia akan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pembelian kembali (*repeated order*)

⁴² Hannah, "Pengertian Kepuasan Pelanggan", <https://www.hestanto.web.id/manfaat-dan-strategi-kepuasan-pelanggan/> (Selasa, 12 Mei 2020, 17.00)

⁴³ Rivai, Veitshal dan Mulyadi, Deddy (2012). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

⁴⁴ Lucky Nugroho, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bakti Persada, 2020) h 123

- 2) Tipe nasabah *defectors*, yaitu nasabah yang merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau bersifat standar atau biasa saja, dan biasanya nasabah akan berhenti melakukan pembelian atas produk tersebut.
- 3) Tipe nasabah *terrorist* yaitu nasabah yang mempunyai pengalaman buruk atau negative atas perusahaan, sehingga akan menyebarkan efek berantai yang negative kepada orang lain.
- 4) Tipe nasabah *hostages*, yaitu nasabah yang tidak puas akan suatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada barang lain, karena struktur pasar yang monopolistic atau harga yang murah, meskipun nasabah tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, namun karena tidak ada perusahaan lain senang atau tidak senang maka ia harus tetap menggunkannya.
- 5) Tipe nasabah *mercenaries*, yaitu nasabah yang sangat puas, namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut.

F. Strategi Kepuasan Nasabah

Strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menurut ada enam strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya adalah:

- 1) *Relationship marketing strategy*, menciptakan hubungan jangka panjang untuk mewujudkan kesetiaan pelanggan melalui kemitraan.
- 2) *Superior customer service strategy*, menawarkan jasa yang lebih baik dibandingkan jasa yang ditawarkan oleh pesaing.
- 3) *Extra ordinary guarantes strategy*, memberikan jaminan istimewa untuk mengatasi kerugian pelanggan.
- 4) *Customer complain handing strategy*, mengenai keluhan pelanggan untuk mengubah ketidakpuasan menjadi kepuasan dan loyalitas.

- 5) *Service performance improvement strategy*, memperbaiki setiap dimensi kualitas jasa secara periodic dan terus menerus untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- 6) *Quality function development strategy*, merancang strategi pengembangan fungsi kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan.⁴⁵

G. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.

Salah satu faktor menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada dimensi jasa. Selain itu juga dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat sesaat. Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi sesuatu yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Hal ini disebabkan karena kepuasan pelanggan dapat menjadi umpan balik dan masukan lagi bagi pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

Beberapa metode yang dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan nya dan pelanggan pesaing. Untuk mengukur kepuasan pelanggan ada 4 identifikasi yaitu : sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survey kepuasan pelanggan.

- 1) Sistem Keluhan dan Saran, setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggan guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan lokasi lokasi strategi, saluran telfon khusus bebas pulsa, *website*, dan lain lain.

⁴⁵ Tjipto, "Strategi Kepuasan Nasabah", <https://www.hestanto.web.id/manfaat-dan-strategi-kepuasan-pelanggan/> (Rabu, 13 Mei 2020, 20.00)

- 2) *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*, salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang ghost shopper untuk berperan atau berpura pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut mereka kemudian diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan pesaing. Biasanya ghost shopper diminta untuk mengamati dengan seksama, menilai cara perusahaan serta pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab permintaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.
- 3) *Lost Customer Analysis*, sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
- 4) Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan di lakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi.⁴⁶

H. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan peninjauan pustaka dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada nasabah BSM di Bandar Lampung)

- 1) Penelitian yang di lakukan oleh Abi Fadlan,dan Rizki Yudi Dewantara yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*”(Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya)”Jurnal Adminstrasi Bisnis.Universitas Brawijaya,2018”penelitian ini

⁴⁶ Januar Efendi,”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung.” *Jurnal Manajemen* Vol 11 No 02,Bandung 2016

bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh 1) Variabel persepsi kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking* dan 2) Variabel persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian penjelasan (*explanatory reseach*) dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengidentifikasi bahwa mahasiswa Universitas Brawijaya merasakan kemudahan dalam penggunaan *mobile banking*, khususnya penggunaan *mobile banking*, yang praktis, sehingga mereka menggunakan *mobile banking* untuk mendukung kegiatan perbankan dan juga menghemat waktu dalam melakukan kegiatan perbankan.⁴⁷

- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Nasihul Umam yang berjudul "analisis perbandingan kualitas layanan BRI *Mobile Banking* dan BSM *Mobile Banking* periode 2017-2018." Skripsi perbankan syariah. Universitas Islam Negeri Lampung. 2014. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kualitas layanan BRI *mobile banking*? bagaimana kualitas layanan bsm *mobile banking*? tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam kualitas layanan BRI dan BSM *mobile banking* dan melihat apakah ada perbedaan dari kualitas layanan kedua m-banking tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan dan bersifat komporatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam dan fakultas tarbiyah dan keguruan angkatan 2014 yang berstatus nasabah dan aktif menggunakan BRI dan BSM *mobile banking*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa layanan BRI *mobile banking* secara keseluruhan berkualitas baik yang diukur berdasarkan indicator kecepatan, keamanan, keakuratan dan kepercayaan.⁴⁸

⁴⁷ Abi Fadlan, Rizki Yudhi Dewantara "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*" *Jurnal Adminstrasi Bisnis*, Vol 62 No 1 (2018)

⁴⁸ Nasihul Umam. "Analisis Perbandingan Kualitas Layanan BRI *Mobile Banking* dan BSM *Mobile Banking*" Skripsi Progam Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2016

3) Penelitian yang dilakukan oleh Irfan Nurahmadi Harish yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah studi pada Bank Syariah Mandiri Depok "Skripsi perbankan syariah. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2017. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Apakah variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BSM KC Depok? Apakah variabel kualitas layanan *m-banking* memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BSM KC Depok? Apakah variabel kepercayaan nasabah dan variabel kualitas layanan *m-banking* memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BSM KC Depok? tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah secara parsial terhadap kepuasan nasabah BSM KC Depok. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer yang didapat langsung dari jawaban 60 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri yang mengunduh dan menggunakan aplikasi *mobile banking* sebagai media transaksi. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dari nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 2,073. Untuk variabel kualitas layanan, t hitung yang didapat sebesar 8,564. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada hasil uji simultan, kedua variabel secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan F hitung sebesar 61,339. Pada uji koefisien determinasi (R^2), variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 68,3% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.⁴⁹

⁴⁹ Irfan Nurahmadi Harish "Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap

- 4) Penelitian yang dilakukan oleh Rian Maulana, Iskandar dan Masrura Maylani. yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*” *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2018. Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana pengaruh penggunaan *Mobile banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi dengan *technology Acceptance Model* dan melihat pula apakah persepsi kegunaan penggunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi. Hasil penelitian ini didapatkan variabel persepsi kegunaan penggunaan (X) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi (Y) dimana koefisiennya adalah 11,127 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dan Koefisien regresi persepsi kegunaan penggunaan (X) sebesar 0,640 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai *Usefulness*, maka nilai Minat bertambah sebesar 0,640. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif⁵⁰
- 5) Penelitian yang dilakukan oleh Admaja Dwi Herlambang, Arimbi Dewayanti yang berjudul “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*” *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia* 2018, Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal yang melatarbelakangi atau faktor yang memengaruhi pengguna dalam mengadopsi layanan tersebut. Faktor-faktor tersebut antara lain *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Effort Expetancy*, *Perceived Credibility*, *Perceived Financial Cost*, *Perceived Self Efficacy*. Model dalam penelitian ini menggunakan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Jumlah sampel penelitian yaitu 120 sampel dimana sampel tersebut merupakan pengguna

⁵⁰ Rian Maulana, Iskandar dan Masrura Maylani,” Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*”.*Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol 02 Nomor 02 (2018).

layanan *mobile banking* BRI. Teknik sampling yang dipergunakan adalah *non probability sampling* dengan *convenience sampling*. Analisis data yang dipergunakan adalah analisis statistik deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui persebaran dan pemusatan jawaban responden, dan Uji Korelasi Kendal tau (τ) untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* BRI dipengaruhi oleh *Perceived Financial Cost*, *Facilitating Conditions*, *Performance Expectancy*, *Perceived Self Efficacy*, *Social Influence*, *Effort Expetancy* dan tidak dipengaruhi oleh *Perceived Credibility*.⁵¹

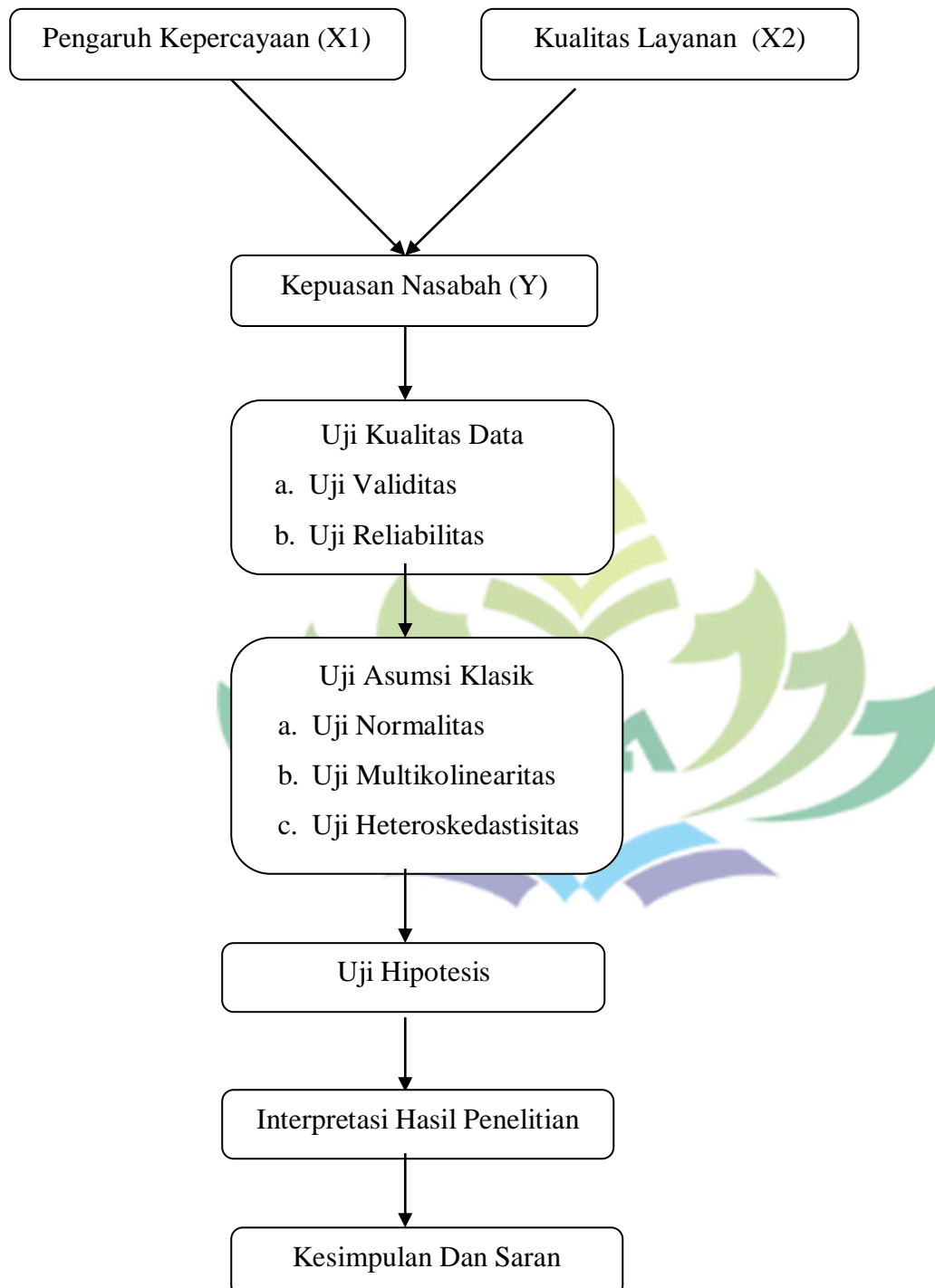


⁵¹ Admaja Dwi Herlambang, Arimbi Dewayanti “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking”
Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia, Vol 12 Nomor 01 (2018)

I. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



J. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara atas suatu hubungan, sebab akibat dari kinerja variabel yang perlu dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan kerangka penelitian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah untuk pengguna layanan Mobile Banking di BSM KCP Kedaton Bandar Lampung.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kepercayaan nasabah Dengan kepuasan nasabah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kepercayaan nasabah dengan kepuasan nasabah.

2. Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah untuk pengguna layanan mobile banking di BSM KCP Kedaton Bandar Lampung.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan mobile banking dengan kepuasan nasabah

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan mobile banking dengan kepuasan nasabah

3. Pengaruh variabel kepercayaan nasabah dengan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah

H_a :Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al Quran dan terjemahannya 2010. Bandung: Al Hikmah.
- Andri Soemitra. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Balebat Dedikasi Prima.
- Cholid Narbuko. 2001. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Danang Sunyoto. 2013. *Metode Dan Instrumen Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: CAPS.
- Darsono. 2017. *Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Ke Depan* Jakarta: Rajawali Pers.
- Departement Agama. 2010. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Al Hikmah.
- Depatemen Pendidikan Nasional. 2011. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi keempat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group
- Kadir. 2015. *Statistika Terapan, Konsep, contoh dan analisis data dengan SPSS/lisrel dalam penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Raja Grafindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Ed 12. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Lexy Moleong. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Lucky Nugroho, 2020 *Perilaku Konsumen* Bandung: Widina Bakti Persada
- Muhamad. 2004. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Profit Margin Pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press
- Muhamad. 2015. *Manajemen Dana Bank Syariah* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhamad. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- P Joko Subagyo. 2004. *Metode Penulisan dalam Teori dan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Rizal Yahya. 2009. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer* Jakarta: Salemba Empat.

Rivai, Veitzhal dan Mulyadi, Deddy 2012. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Rusdari Kusmuriyanto. 2008. *Ekonomi Fenomena Sekitar Kita*. Solo:Platinum.

Stinnet, Bill. 2004. *Think Like You're Customer*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Suharsimi Arikunto.2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:PT Rineka Cipta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, . Bandung: Alfabeta.

Sugiono. 2015. *Metode Penulisan Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif,dan R&D* ,Cetakan ke 15. Bandung :Alfabeta.

Supardi 2012. *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Yogyakarta:UIN Press.

UU No 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

UU RI Bab 1 Pasal 1

Undang Undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan pasal 1 ayat (3)

Undang undang No 10 tahun 1998 Tentang Perbankan pasal 1 ayat(4)

Undang Undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Pasal 1 ayat(2)

V. Wiratna Sujarweni. 2015. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,. Yogyakarta:Pustaka Baru Pres.

Jurnal dan Skripsi:

Abi Fadlan,Rizki Yudhi Dewantara”Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking” *.Jurnal Adminstrasi Bisnis*,Vol 62 No 1. 2018

Aditya Wardhana, “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking (M-Banking)* Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia”. *DeReMa Jurnal Manajemen* Vol. 10 No. 2 September 2015

Admaja Dwi Herlambang, Arimbi Dewayanti “Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking” *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, Vol 12 Nomor 01 2018

Bayu Dwi Juniansyah,”Pembuatan E Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment” *Jurnal Tekno Kompak*.Vol 14 No 1 2020.

- Hikmatul Wasilah “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Cabang Mataram” Skripsi Progam Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Mataram,Mataram,2015
- Irfan Nurahmadi Harish “Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok) “. Skripsi Progam Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah,Jakarta,2017
- Januar Efendi,”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung.” *Jurnal Manajemen* Vol 11 No 02,Bandung 2016.
- Muhamad Fadhli, “Pengaruh Persepsi Nasabah atas Resiko,Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pengunaan Internet Banking”*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* Vol 1 No 2 2016
- Nasihul Umam.”Analisis Perbandingan Kualitas Layanan BRI Mobile Banking dan BSM Mobile Banking”Skripsi Progam Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,2016
- Putri Dwi Cahyani, “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*,Vol 6 No 2 .Oktober 2016
- Rian Maulana, Iskandar dan Masrura Maylani,” Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model”.*Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol 02 Nomor 02 2018
- Widya Wahyu ningsih,”Analisis Perbandingan Kinerja keuangan Bank Umum Syariah Dan Bank Umum Konvensional Di Indonesia”.(Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Hasanudin,Makasar,2012.
- Winahyuningsih, Panca. (2010). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gripta Kudus. *Jurnal Sosial dan Budaya Universitas Muria Kudus*, Volume 4 No.1

Web:

Kbbi .web.id(On-line), tersedia di:<https://kbbi.web.id/percaya.html>

Kbbi.web.id (On-line),tersedia di <https://kbbi.web.id/kualitas.html>

Kbbi .web.id(On-line), tersedia di:<https://kbbi.web.id/layan.html>

Kbbi .web.id(On-line), tersedia di:<https://kbbi.web.id/nasabah.html>

<https://sharingvision.com/pertumbuhan-smsmobile-banking-di-indonesia/>

Hannah,"Pengertian Kepuasan Pelanggan", <https://www.hestanto.web.id/manfaat-dan-strategi-kepuasan-pelanggan/> (Selasa, 12 Mei 2020, 17.00)

Kotler,"Pengertian Kepuasan <https://cocilku.wordpress.com/2013/07/10/pengertian-kepuasan/> (Senin,11 Mei 2020, 12.42)

Kotler,"Kepuasan Nasabah" [https://cocilku.wordpress.com/2013/07/10/kepuasan nasabah /](https://cocilku.wordpress.com/2013/07/10/kepuasan-nasabah/) (Senin,11 Mei 2020, 13.00)

Tjipto,"Strategi Kepuasan Nasabah", <https://www.hestanto.web.id/manfaat-dan-strategi-kepuasan-pelanggan/> (Rabu, 13 Mei 2020, 20.00)

